



Cultura organizacional en un Programa Profesional de Psicología en Arequipa - Perú

Juan José Soza-Herrera

juanho.soza@gmail.com

Universidad Continental

Arequipa - Perú

RESUMEN

Por medio de esta investigación de tipo descriptiva demostramos la cultura organizacional prevalente en los alumnos del Programa Profesional de Psicología de la Universidad Católica de Santa María. El estudio es descriptivo - cuantitativo y tuvo como población a 298 estudiantes del primer al quinto año, se aplicó el inventario de Cultura Organizacional de (Cameron y Quinn 1999) y se tabularon los datos por sección.

Palabras clave: cultura organizacional; desarrollo organizacional; estudiantes de psicología

Organizational culture in a Professional Psychology Program in Arequipa - Peru

ABSTRACT

Through this descriptive research we demonstrate the prevalent organizational culture in the students of the Professional Psychology Program of the Catholic University of Santa María. The study is descriptive - quantitative and had as a population 298 students from the first to the fifth year, the Organizational Culture inventory of (Cameron and Quinn 1999) was applied and the data were tabulated by section.

Keywords: organizational culture; organizational development; psychology students.

Artículo recibido: 10 Setiembre. 2021
Aceptado para publicación: 15 Octubre. 2021
Correspondencia: juanjo.soza@gmail.com
Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

1. INTRODUCCIÓN

La cultura organizacional, a lo largo de la historia ha ido posicionándose como uno de los conceptos más utilizados y más estudiados dentro de las organizaciones (Gómez y Rodríguez, 2001). Siendo esta cultura un aspecto importante que se va formando dentro de la empresa desde que es fundada en adelante. Schein (1984 citado por Miranda, 2008), propuso que el entendimiento de la cultura organizacional debería ser parte de los procesos administrativos de la organización.

Un estudio de cultura organizacional ayuda tanto a los administrativos, como a los psicólogos, para poder evidenciar el estilo de relaciones de poder, las reglas implícitas, etc. Siendo esto un claro conjunto de comportamientos considerados inteligibles entre los miembros de una organización (Miranda, 2008).

El primer concepto de cultura organizacional fue: Cultura organizacional es el patrón de premisas básicas que un determinado grupo inventó, descubrió o desarrolló en el proceso de aprender a resolver sus problemas de adaptación externa y de integración interna y que funcionaron suficientemente bien a punto de ser consideradas validas y, por ende, de ser enseñadas a nuevos miembros del grupo como la manera correcta de percibir, pensar y sentir en relación a estos problemas” (Schein, 1984 citado por Miranda, 2008). Ya en 1989, Fleury (citado por Miranda, 2008) incorpora una dimensión política en la definición de cultura organizacional.

Posteriormente con los estudios de cultura y las revisiones, Schein (1984 citado por Miranda, 2008) postula que el paradigma de la cultura organizacional es una versión adaptada de un paradigma cultural más amplio, siendo así que, en 1985, Schein (citado por Miranda, 2008), afirma que un extranjero no podría hacer un buen estudio de cultura organizacional puesto que no tendría un entendimiento concreto del contexto cultural.

La cultura organizacional, no se crea desde el inicio, sino se va formando poco a poco a lo largo de los años, siendo la cultura un proceso de transformación, mientras que, si una organización constantemente rota de funcionarios y no mantiene una estabilidad prolongada, será difícil que esta consolide valores para poder formar una cultura estable (Travers, 1993 citado por Miranda, 2008). Para que una organización tenga una cultura bien establecida, se dice que la organización debe tener una misión bien definida, que tenga objetivos derivados de esta, estructuras que permitan lograr los objetivos y sistemas y procesos de análisis para mantener las estructuras coordinadas con los objetivos

(Miranda, 2008). Para que se pueda obtener todo esto, es necesario que los miembros de la organización tengan un lenguaje común y compartido, definir sus fronteras y miembros, algún estilo de manejar el poder, la autoridad, el estatus de propiedad y otro tipo de recursos (Miranda, 2008).

Como es común, la cultura organizacional mantiene ciertos elementos que están presentes entre los miembros de la organización y esto mantiene la cultura estable en el tiempo. Estos elementos son los valores, que son el corazón de la cultura, de los cuales nacen aspectos que posteriormente podemos ver en el exterior como publicidad, características más valorizadas, información relevante en la toma de decisiones, áreas que tienen mayor ascensión dentro de la empresa, etc.

Cuando los valores personales y organizacionales son compatibles se forma una armonía en la organización, logrando tener una tendencia a concordar con los mismos principios éticos, que nos llevan a la satisfacción personal (Miranda, 2008).

Otro de los elementos de la cultura son los ritos o ceremonias, las cuales son tradiciones en la organización, donde cada actividad tiene un objetivo, pudiendo ser estos la integración, el reconocimiento, para la resolución de conflictos, etc. Entre los otros elementos podemos ver las historias y mitos, que son relatos de sucesos anteriores que aun rondan en la organización, los tabúes forman parte la cultura que tienen como fin delimitar algunos comportamientos en algunas áreas prohibidas, poniendo en claro que es lo permitido y no dentro de la organización. El “héroe” forma parte de la cultura también, siendo este la encarnación del trabajador ideal, comprometido, hábil, etc. Este héroe proyecta varias de sus características en la organización y sus trabajadores. Las normas forman una parte fundamental de la cultura, siendo estas las reglas que fluyen dentro de la organización determinando que comportamientos son positivos o negativos. Un factor importante en las normas es que no siempre están escritas, algunas normas son implícitas y ya están instituidas en las personas. El último elemento de la cultura es la comunicación, siendo esta el principal elemento de toda interacción en el mundo, constando de cualquier tipo de intercambio de información dentro de la organización, sea formal o informal, verbal o no, ya que sin la comunicación la organización no podría haber crecido (Miranda, 2008).

OCAI (Cameron Y Quinn, 1999)

El instrumento utilizado es el de Cameron y Quinn, y da como resultados 4 tipos predominantes de cultura.

Cultura Clan: La gran conexión entre el terreno personal y profesional provoca que los éxitos / fracasos del ámbito personal se trasladen al terreno laboral y viceversa. Existe un alto grado de emotividad en la gestión del clima laboral y la irracionalidad es capaz de dinamitar o fortalecer situaciones críticas entre los miembros de la comunidad laboral.

Cultura Adhócratica: El buen o mal clima depende esencialmente de las oportunidades de negocio que existan o sean susceptibles de generarse en el corto plazo. De las posibilidades de aportar mucho, poco o nada, puede derivarse un buen, mal o pésimo clima laboral.

Cultura Jerárquica: El buen o mal clima depende en gran medida del cumplimiento o no de la normativa que regula la actividad de sus miembros. Cualquier elemento que genere incertidumbre sobre la actividad reglada y que pueda interferir en la tradicional estabilidad de la organización puede convertirse en elemento de franco deterioro de sus formas de actuar.

Cultura de Mercado: El buen o mal clima guarda estrecha relación con el nivel de consecución de objetivos. Por otro lado, un elevado nivel en las expectativas creadas puede ser un importante generador de frustración colectiva.

2. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS O MATERIALES Y MÉTODOS

Participantes

Para la investigación se requirió de la participación voluntaria y anónima de los estudiantes del programa profesional de psicología (298) Los estudiantes que participaron del primer año fueron 65, de segundo 58, tercero 66, cuarto 58 y de quinto 31 estudiantes.

Instrumentos

El instrumento utilizado para medir la única variable fue el cuestionario de Cultura Organizacional de Cameron y Quinn (1999) en el cual consiste en diferentes afirmaciones donde se tiene que poner un puntaje actual y deseado de la debida percepción que se tiene de la cultura, consta de seis indicadores.

Los indicadores son los siguientes: Características dominantes, líder organizacional, factor de cohesión, clima organizacional, criterio de éxito y estilo de administración.

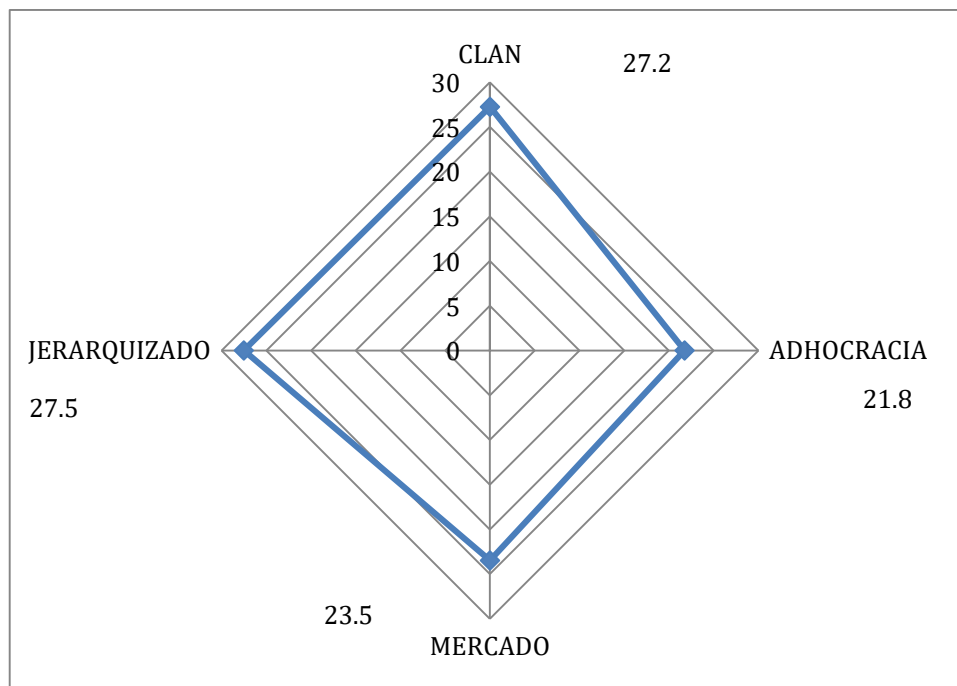
Procedimiento

El cuestionario fue aplicado de forma anónima y por sección, los diferentes colaboradores los aplicaron por sección, en el cuestionario se adjuntó solo los datos del año y una pequeña pregunta sobre los valores que perciben del programa. En cada salón se dieron a conocer a los alumnos las debidas indicaciones y objetivos de la investigación.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Grafico 1

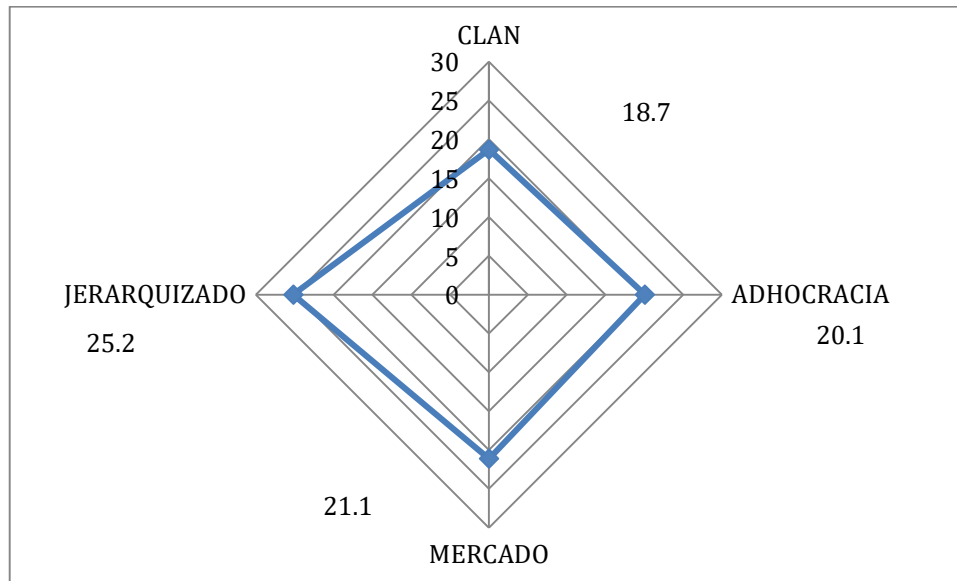
Resultado Cultura Organizacional del Primer año



En el primer grafico se puede percibir que el tipo con mayor predominancia es Jerarquía, por lo tanto, se caracteriza por tener orientación interna y control estable, este tiempo de cultura se basa en las reglas, la especialización, impersonalidad, responsabilidad y jerarquía. Las metas de la organización a largo plazo son la estabilidad, la previsibilidad y la eficiencia.

Grafico 2

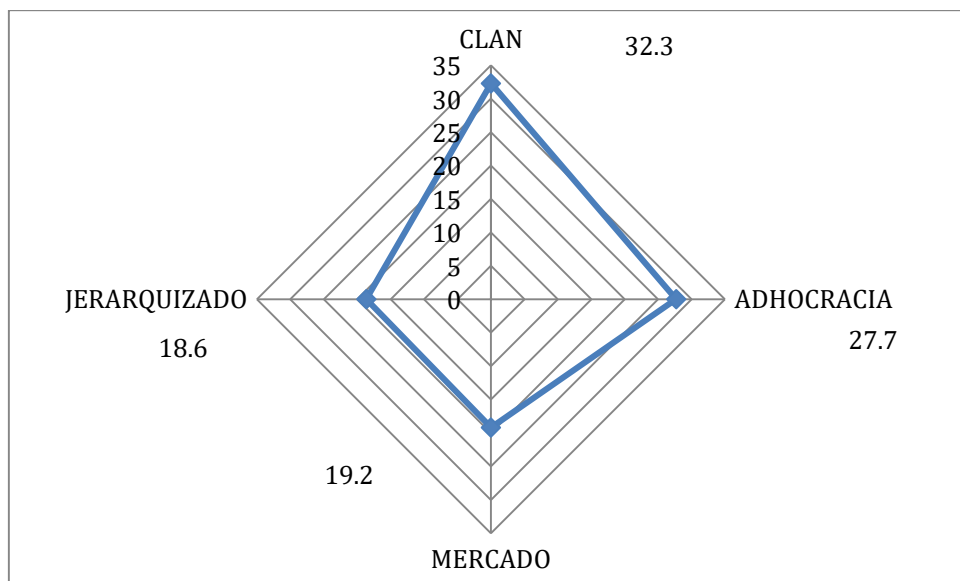
Resultado Cultura Organizacional del Segundo año



En el segundo grafico se puede observar que el tipo de cultura con mayor predominancia es Jerarquía, por lo tanto, se caracteriza por tener orientación interna y control estable, este tiempo de cultura se basa en las reglas, la especialización, impersonalidad, responsabilidad y jerarquía. Las metas de la organización a largo plazo son la estabilidad, la previsibilidad y la eficiencia.

Grafico 3

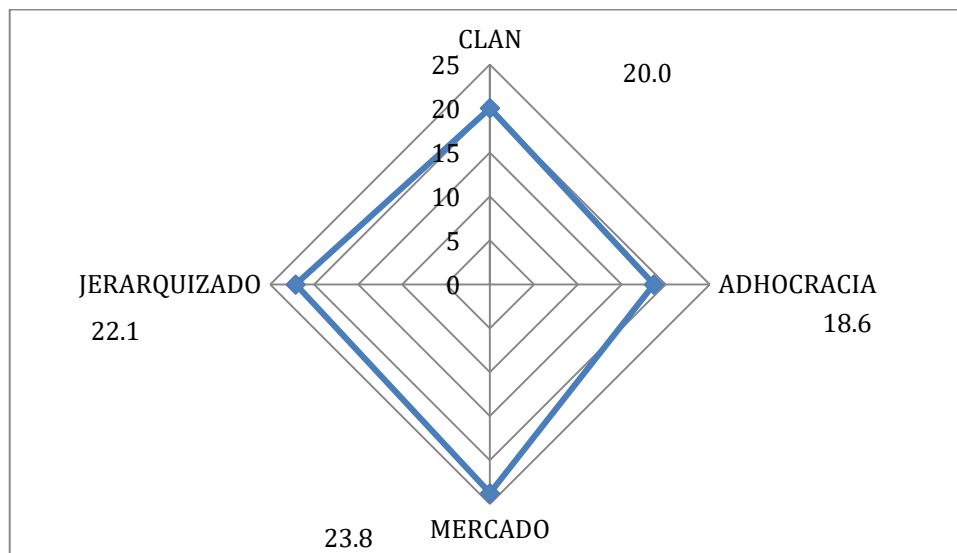
Resultados Cultura Organizacional tercer año



En el tercer grafico se puede observar que el tipo predominante de cultura es Clan por el cual se caracteriza por tener Orientación interna y control flexible, se caracteriza por valores y objetivos compartidos, cohesión. Participación, desarrollo de individuos, sentido de grupo, normas de lealtad y consenso, guarda similitud a un contexto familiar.

Grafico 4

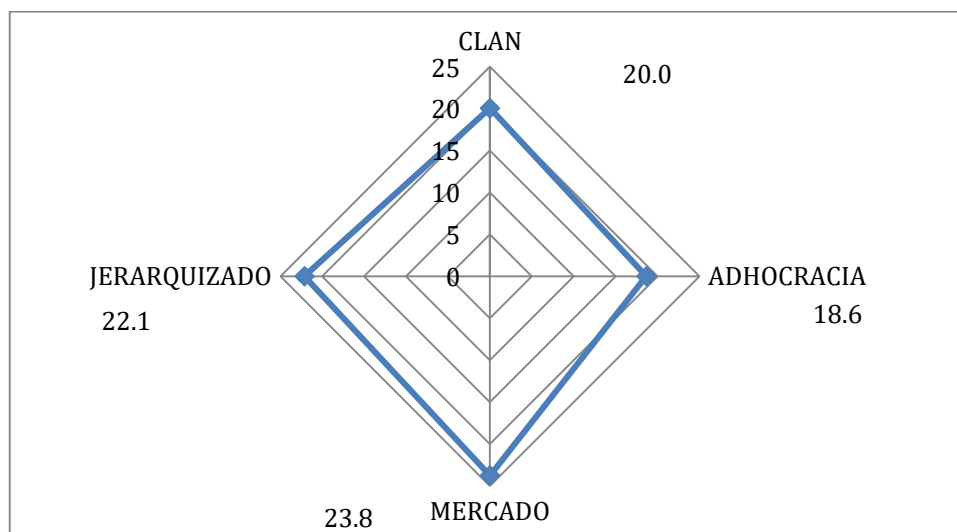
Resultados de Cultura Organizacional cuarto año



En el cuarto grafico se puede observar que el tipo de cultura organizacional con mayor predominancia es Mercado, que se caracteriza por brindar una orientación externa y control estables. Es un tipo de organización que funciona como un mercado en sí misma. Los valores centrales son la competitividad y la productividad. Se orienta a resultados.

Grafico 5

Resultados Cultura Organizacional Quinto año



En el quinto grafico se puede observar que el tipo de cultura organizacional con mayor predominancia es Mercado, que se caracteriza por brindar una orientación externa y control estables. Es un tipo de organización que funciona como un mercado en sí misma. Los valores centrales son la competitividad y la productividad. Se orienta a resultados.

4. CONCLUSIÓN O CONSIDERACIONES FINALES

Según se observa en los cuadros, los primeros años (primero y segundo) tienen una percepción jerarquizada del Programa, la ven como una organización estructurada y formalizada.

El año intermedio lo percibe como un Clan, una gran familia.

Los últimos años perciben al Programa como Mercado, En el cual brinda una orientación externa y control estables. Es un tipo de organización que funciona como un mercado en sí misma. Los valores centrales son la competitividad y la productividad. Se orienta a resultados

En el promedio final de todos los semestres da como resultado el Clan, y es lo que se demuestra con todas las actividades que mantienen a los estudiantes en armonía, verse como una gran familia.

5. LISTA DE REFERENCIAS

- Alvarez, G. (1992): “El constructo clima organizacional: Concepto, teorías e investigaciones y resultados relevantes” en *Interamericana de Psicología Ocupacional*, 11, pp. 25 - 50.
- Björnberg, A.; Nicholson, N. (2007): The family climate scales – development of a new measure for use in family business research. En *Family Business Review*, 12, pp. 229 – 246.
- Cameron, K. S. y Quinn, R. E. (1999): “Diagnosing and changing organizational culture. Base on the Competing Values Framework”, Addison- Wesley, Reading.
- Friedlander, F. y Margulies, N. (1969): “Multiple impacts of organizational climate and individual value system upon job satisfaction” en *Personnel psychology*, 22, pp. 171 – 183.
- Gavin, J.F. (1975): “Organizational Climate as a function of personal and organizational variables” en *Journal of Applied psychology*, 60, pp. 135 – 139.
- Gallo, M. y Estapé, M.J. (1992): “La empresa familiar entre las 1.000 mayores empresas de España”, Documento de Investigación IESE, nº 231.

- Gallo, M.A. (1995): "Empresa Familiar. Texto y Casos", Editorial PRAXIS, S.A., Madrid.
- Gersick, K.E.; Davis, J.A.; McCollom, M. y Lansberg, I. (1997): Generation to generation: Life cycles of the family business. Harvard Business School Press, Boston.
- Glendon, A.I.; Stanton, N.A. y Harrison, D. (1994): "Factor analysing a performance shaping concepts questionnaire" en Robertson, S.A. (Editor) Contemporary Ergonomics 1994: Ergonomics for All, Taylor & Francis, pp. 340 – 345.
- González – Roma, V. y Peiró J.M. (1999): "Clima en las organizaciones laborales y en los equipos de trabajo" en Revista de Psicología General y Aplicada, 52 (2-3), pp. 269 - 285.